CASH
Suplemento económico de Página/12
Domingo 9 de enero de 1994
Año 4 - N° 194

REBAJA DE APORTES PATRONALES

VEINTE EMPRESAS EMBOLSAN
100 MILLONES DE DOLARES POR AÑO

CLIN, CAJA

- La disminución de aportes les transfiere a los industriales 2000 millones por año.
- Se calcula que otro tanto implica la eliminación de Ingresos Brutos provinciales.
- Para algunas grandes compañías el beneficio es considerable: por ejemplo, para Acindar representa una mejora sobre sus resultados del año pasado del 336%, para Alpargatas del 86%, para Ledesma del 253%, para Nobleza Piccardo del 43% y para Terrabusi del 38%.

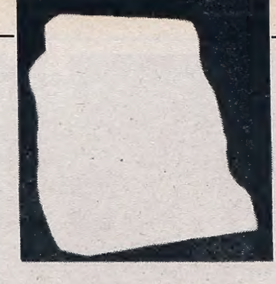
Bolsa emergente
Por Alfredo Zaiat
Página 6

Acero o caramelos (nueva versión)
Por Enrique M. Martínez
Página 8





BENEFICIO PARA LAS EMPRESAS



–en millones de pesos–

	INTERBONOS (a)	MACROECONOMIA (b)	BARBENZA FORLANO (c)
Acindar	5,7	5,7	6,7
Alpargatas	7,9	7,0	7,3
Astra	2,7	2,7	2,4
Atanor	2,2	1,5	s/i
Baesa	2,0	1,9	5,9
Bagley	3,6	3,3	6,2
Celulosa	4,3	2,9	s/i
Ciadea	9,2	8,7	11,6
Siderca	10,0	7,7	s/i
Com. del Plata	0,0	s/i	5,5
Indupa	1,5	1,2	s/i
Ipako	0,6	0,4	s/i
Ledesma	5,1	4,2	7,4(*)
Molinos	3,8	3,7	6,1
Pérez Companc	5,3	s/i	4,2
Nobleza Piccardo	2,6	2,5	4,5
Sevel	13,1	9,7	18,2
Terrabusi	4,8	4,5	7,5
YPF	24,2	21,8	33,0
M. Particulares	s/i	3,7	8,2
TOTAL	**108,6**	**93,1**	**124,4**

s/i: sin información.
(*) Se calculó con una reducción del 70 por ciento al tener plantas radicadas en provincias del norte del país.
(a) Se estimó la reducción de las cargas sociales teniendo en cuenta la localización de las plantas, deduciendo a dicho importe el 25 por ciento de impuesto a las ganancias para las empresas que tienen resultados positivos.
(b) Se calculó estimando el descuento probable para cada empresa según su localización geográfica.
(c) Se estimó una reducción promedio del 40 por ciento de las cargas sociales.

(Por Alfredo Zaiat) Los menores recursos que las empresas destinarán a financiar las obras sociales y las cajas jubilatorias significarán un sustancial incremento de sus utilidades, que para el lote de veinte líderes que cotizan en Bolsa alcanzará en total, y con una estimación muy conservadora, la friolera de un poco más de 100 millones de pesos anuales. En tres informes que circulan por la City a los que tuvo acceso CASH, elaborados por la sociedad de bolsa Barbenza Forlano, la financiera Interbonos y la consultora Macroeconómica, se detallan la ganancia adicional que significará la reforma para las principales empresas. En algunos casos, como el de Acindar, el beneficio extra por la reducción de los aportes patronales ha de representar un salto de 336 por ciento en las ganancias que obtuvieron en 1993. Para otras compañías de actividades de capital-intensiva (holdings petroleros y petroquímicas, por ejemplo), el impacto de la rebaja será de menor proporción. Esta fenomenal trasferencia de ingresos hacia las empresas industriales –por ahora los servicios no están incluidos en esta reforma– encierra el primordial objetivo de que las empresas puedan incrementar su competitividad con la actual paridad cambiaria.

La reducción de aportes patronales que empezó a regir este mes en las provincias que adhirieron al Pacto Fiscal y que a la vez ya reformularon su estructura tributaria a gusto de Domingo Cavallo fue más generosa que la esperada por los empresarios. No sólo se rebajó el aporte que iba destinado a las cajas previsionales sino que se incluyó el resto de las cargas sociales (PAMI, obra social, fondo de desempleo y asignaciones familiares). Los porcentajes de contribuciones patronales, sobre los que se calcula la reducción de aportes, son los siguientes: jubilación 16 por ciento; obra social 6; asignaciones familiares 7,5; fondo de desempleo 1,5 y PAMI 2 por ciento.



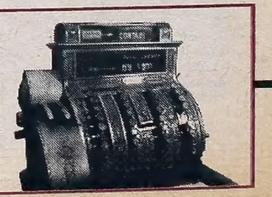


Las desgravaciones que se aplicarán serán variables de acuerdo con la localización geográfica de las compañías, en un rango que va de 30 a 80 por ciento, de menor a mayor según la distancia que se encuentren las plantas respecto de la Capital Federal y el nivel de pobreza de las provincias (ver cuadro). Firmas como Ledesma y Alpargatas, que tienen instaladas gran parte de sus fábricas lejos del área metropolitana, son las que se beneficiarán con una importante disminución de sus aportes. Los economistas de la consultora Macroeconómica (Mario Vicens y Osvaldo Cortesi) estimaron que esta reforma, suponiendo una reducción promedio del 40 por ciento en las contribuciones patronales, significará una tansferencia de ingresos de los trabajadores y jubilados hacia los empresarios de aproximadamente 2800 millones de pesos anuales.

El beneficio crece bastante más si se contabiliza el efecto del Pacto Fiscal. Según estimaciones de Econométrica, la consultora de José María Dagnino Pastore y Mario Brodersohn, todo ese paquete representará nada menos que una transferencia hacia industriales y hombres de campo de 4000 millones de pesos por año. En números gruesos, la mitad corresponde a la rebaja de Ingresos Brutos, y la otra mitad a la disminución de costos laborales por la vía de menores aportes patronales.

CUATRO DESTINOS

La rebaja de aportes patronales no fue otra cosa que una devaluación indirecta del tipo de cambio ya que, sin modificar la paridad dólar-peso, los empresarios mejorarán su estructura de costos para competir mejor con el mercado internacional. De todos modos, desde el campo liberal, y aun coincidiendo con Cavallo en que la Argentina tiene elevados costos laborales, el economista Enrique Szewach relativizó que ése sea el princi-





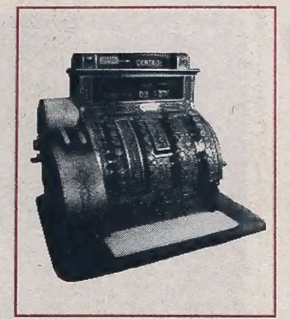
pal problema para que las empresas no puedan competir con éxito en el mercado internacional: "El costo laboral más alto de Europa es el de Alemania, país que es precisamente el mayor exportador de ese continente".

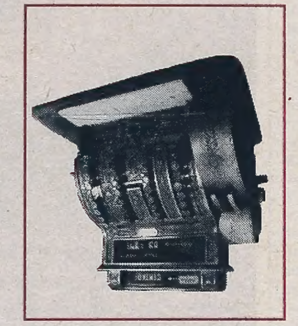
Por su parte, Marcelo Otermin, economista de la compañía financiera Interbonos, sostiene que en primera instancia no hay dudas de que mejorarán las finanzas de las industrias. Pero remarca que es necesario esperar para saber cuál será en definitiva el resultado, pues es previsible el reclamo de los trabajadores para que el dinero que el empresario se ahorrará por la rebaja de los aportes se destine a incrementar salarios. Y también dice que habrá que ver la estrategia que han de asumir las compañías en relación con su posición en el mercado, ya que tendrán la posibilidad de ganar espacios a la competencia reduciendo precios sin resignar ganancias, debido al ahorro por contribuciones en cargas sociales.

Es decir que ese ahorro puede quedar en los bolsillos de los empresarios; si pelean y consiguen mejores salarios los trabajadores tendrían la posibilidad de morder una porción; a su vez la economía se beneficiaría si una parte de la rebaja de costos se traduce en una caída de precios; y una cuarta alternativa sería que el dinero excedente se aplique a inversiones para mejorar la productividad y así bajar aún más los costos.

EJEMPLOS

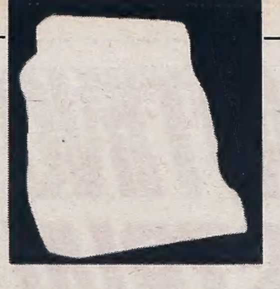
Terrabusi, empresa que está a punto de pasar a manos de la multinacional Nabisco y es líder en el negocio de galletitas y pastas secas, incrementará sus utilidades en 7,5 millones de pesos, 42 por cineto por encima del resultado de su último balance. Por su parte, CIADEA (ex Renault), con 6543 trabajadores, y con la hipótesis





de una reducción promedio del 40 por ciento de sus aportes, incrementará sus ganancias en 11,6 millones de pesos por año, de acuerdo con la estimación realizada por los especialistas de la sociedad de bolsa Barbenza Forlano. La terminal tiene sus plantas principales en Córdoba, al igual que las otras compañías del sector, pero todavía no gozará de ese beneficio. El gobernador Eduardo Angeloz se resiste, por ahora, a firmar el Pacto Fiscal que diseñó Cavallo y, por ese motivo, las empresas radicadas en esa provincia y en las que tampoco adhirieron no estarán incluidas en la reforma. Al respecto, Economía confía en que los mismos empresarios, que se verán privados de acrecentar sus utilidades, serán los que convencerán en definitiva a las provincias rebeldes. El jueves los industriales ya comenzarán a presionar en ese sentido.

La petrolera mixta que maneja José Estenssoro aumentará sus ganancias en 21 a 33 millones de dólares



anuales, de acuerdo con diversos cálculos realizados en el mercado. A diferencia de las otras grandes petroleras -Pérez Companc y Astra-, YPF no está diversificada a otras actividades. Por ese motivo, su ahorro es mayor, ya que las otras dos participan, por ejemplo, en el negocio de la distribución de electricidad, sector que no está incluido en la reforma.

Las telefónicas y los bancos tampoco están alcanzados por esta medida fiscal. Pero si más adelante las empresa de servicios también pueden disminuir sus contribuciones patronales, Telefónica se ahorraría casi 70 millones de pesos, y Telecom, 60 millones anuales, con una disminución promedio del 50 por ciento de los aportes.

LA BOLSA ATENTA

La decisión de Cavallo de aliviar el peso de las cargas sociales no sólo interesa a las propias empresas. Los operadores bursátiles no tardaron en calcular el beneficio para cada una, ya que el incremento de las ganancias mejora la perspectiva de las acciones en el recinto. Está de moda en el mercado estudiar la potencialidad de las compañías de acuerdo con su promesa de utilidades, y estimar si es conveniente apostar en determinada acción de acuerdo con el indicador price/earning (precio/utilidad, que mide en cuántos años se recupera la inversión).

Con la reforma en marcha crecerán las utilidades esperadas de casi todas las empresas líderes (ver cuadros). El impacto más favorable en relación con los resultados de los últimos cuatro trimestres lo recibirían Acindar, Ledesma y Alpargatas. Le siguen en orden decreciente Nobleza Piccardo, Molinos y Terrabusi, y luego Bagley, Sevel, Ciadea y Massalín Particulares. Nuevamente, los operadores bursátiles tienen otro regalo para agradecer a Cavallo.

DESCUENTOS POR PROVINCIA

Principales ejemplos de las rebajas en aportes patronales

Distrito	%
Capital Federal	30
Buenos Aires	
Gran Buenos Aires	30
La Plata	35
Tercer Cinturón del Gran Bs. As. (Pilar, Ensenada, Gral. Rodríguez, etc.)	35
Carmen de Patagones,	50
Villarino,	45
Resto de Departamentos	40
Catamarca	
Gran Catamarca	60
Resto	65
Córdoba	
Gran Córdoba	40
Sobremonte, R. Seco, Cruz del	60
Eje, San Javier	55
Resto	45
Corrientes	
Esquina, Sauce	60
Resto	70
Chaco	
Gran Resistencia	70
Resto	80
Chubut	
Rawson-Trelew	60
Resto	65
Entre Ríos	
Paraná	45
Federación, Feliciano	60
Resto	50
Formosa	
Capital	75
Resto	80
Jujuy	
Capital	70
Resto	75
La Pampa	
Santa Rosa-Toay	40
Puelen, Curaco, Chical-Co	55
Resto	45
La Rioja	
Capital	60
Resto	65
Mendoza	
Gran Mendoza	50
Resto	55
Misiones	
Posadas	70
Resto	75
Neuquén	
Capital, Plottier, Centenario	50
Resto	55
Río Negro	
Viedma, Alto Valle, Gral. Roca, Cipolletti, Cinco Saltos, Allen, Mainque, Ing. Huergo	50
Resto, al N del paralelo 42	55
Resto, al S del paralelo 42	65
Salta	
Gran Salta	70
Resto	75
San Juan	
Gran San Juan	55
Resto	60
San Luis	
Capital	50
Resto	55
Santa Cruz	
Caleta Olivia, Río Gallegos	65
Resto	70
Santa Fe	
Santa Fe-Santo Tomé	45
General Obligado, San Javier	
Vera, 9 de Julio	60
Resto	45
Santiago del Estero	
Capital, La Banda	75
Ojo de Agua, Quebrachos, Rivadavia	60
Resto	80
Tierra del Fuego	
Ushuaia, Río Grande	65
Resto	70
Tucumán	
Gran Tucumán	60
Resto	65

UN EMPUJON A LAS GANANCIAS

EMPRESA	RESULTADO ULTIMOS CUATRO TRIMESTRES (en millones de pesos)	GANANCIA (a)	INCREMENTO UTILIDADES (en %)
Acindar	- 1,7	5,7	336,0
Alpargatas	9,2	7,9	86,0
Astra	45,7	2,7	6,0
Atanor	- 30,9	2,2	7,0
Baesa	32,1	2,0	6,0
Bagley	19,0	3,6	19,0
Celulosa	- 138,5	4,3	3,0
Ciadea	95,5	9,2	10,0
Comercial	45,5	0,0	0,0
Siderca	- 85,6	10,0	12,0
Indupa	- 77,5	1,5	2,0
Ipako	- 61,5	0,6	1,0
Ledesma	2,0	5,1	253,0
Molinos	12,7	3,8	30,0
Pérez Companc	160,0	5,3	3,0
Piccardo	6,0	2,6	43,0
Sevel	57,5	13,1	23,0
Terrabusi	12,5	4,8	38,0
YPF	397,0	24,2	6,0
Zanella	8,5	1,2	14,0

NOTA: El cálculo de la mejora por la reducción de cargas sociales se efectuó tomando en cuenta los costos laborales de los últimos 4 trimestres. La reducción aplicada es estimada teniendo en cuenta la localización de las plantas. A dicho importe se le deduce el 25%de impuesto a las ganancia para las empresas que tienen resultados positivos. Esta forma de cálculo **subestima** la rebaja real ya que no se toma en cuenta el efecto de las inversiones en sociedades.
Fuente: Compañía Financiera Interbonos.

EMPRESA	APORTES PATRONALES (en mill. $)	DESCUENTOS (en%)	GANANCIA (en mill. $)	INCREMENTO UTILIDADES (en %)
Acindar	4,5	45,0	5,7	333,2
Alpargatas	9,1	55,0	7,0	76,9
Astra	3,0	65,0	2,7	6,2
Atanor	4,6	35,0	1,5	4,8
Baesa	6,6	30,0	1,9	5,3
Bagley	11,7	30,0	3,3	18,3
Ciadea	23,3	40,0	8,7	9,3
Indupa	3,7	45,0	1,2	1,5
Ipako	1,5	37,5	0,4	0,6
Ledesma	2,3	65,0	4,2	208,6
Particulares	8,8	30,0	3,7	9,0
Molinos	7,6	35,0	3,7	29,1
Piccardo	5,9	30,0	2,5	41,0
Sevel	34,8	30,0	9,7	17,0
Siderca	13,8	40,0	7,7	9,2
Terrabusi	9,2	s/i	4,5	6,2
YPF	46,6	50,0	21,8	3,6

s/i: sin información.

NOTA: El aporte patronal es el 33 por ciento de los sueldos y jornales.
Fuente: Macroeconómica.

EMPRESA	EMPLEADOS	SUELDOS ANUALES (en millones de pesos)	CARGAS SOCIALES ANUALES (en millones de pesos)	GANANCIA c/-40% (en millones de pesos)	INCREMENTO UTILIDADES (en %)
P. Companc	9.108	32,0	10,6	4,2	2,0
Astra	1.136	18,0	5,9	2,4	5,0
YPF	10.600	249,6	82,4	33,0	5,0
Ciadea	6.543	88,0	29,0	11,6	11,0
Baesa	1.700	44,4	14,7	5,9	12,0
Particulares	2.000	62,0	20,5	8,2	14,0
Piccardo	2.400	34,0	11,2	4,5	16,0
Comercial	5.533	41,4	13,6	5,5	17,0
Sevel	8.900	138,0	45,5	18,2	19,0
Bagley	4.800	46,6	15,4	6,2	23,0
Molinos	5.163	46,0	15,2	6,1	30,0
Acindar	4.125	50,5	16,7	6,7	36,0
Ledesma (a)	s/i	32,0	10,6	7,4	39,0
Terrabusi	5.124	56,6	18,7	7,5	42,0
Alpargatas	10.400	55,2	18,2	7,3	63,0

s/i: sin información.

(a) Para la ganancia se consideró una reducción de 70 por ciento por tener las plantas en provincias del norte del país.
NOTA: El incremento de utilidades se calculó en relación al último balance publicado, anualizando los resultados.

Fuente: Sociedad de bolsa Barbenza Forlano.

LIBROS

DES(A)TINO INDUSTRIAL

Las enormes y en su mayoría desastrosas transformaciones que ha sufrido la industria argentina en los últimos años quedan reflejadas en "El desafío de la competitividad", un libro compilado por el especialista Bernardo Kosacoff, que CEPAL y Alianza Editorial acaban de lanzar lmercado.

(Por Marcelo Matellanes) Si el incipiente debate en materia de política industrial consigue alejarse de esa situación de tercero excluido en que lo coloca el *affaire* gobierno-privatizaciones, encontrará en investigaciones recientes de la CEPAL la materia para pegar un gran salto adelante. Bajo la compilación de Bernardo Kosacoff y con importantes aportes de Luis A. Beccaria, Daniel Chudnovksy, Francisco Gatto y Jorge Katz, entre otros, fue editada la obra *El desafío de la competitividad-La industria argentina en transformación.* Los trabajos se originan en un proyecto apoyado financieramente por la Fundación Volkswagen y editado por Alianza.

Como lo señala desde el prólogo Luis Claudio Marinho, director de la oficina de CEPAL en Buenos Aires, el objetivo de la investigación es "evaluar los cambios recientes en la estructura industrial y su inserción en el comercio internacional". Ante todo puede señalarse que este libro, más allá del uso que de él pueda hacerse como disparador del debate industrial y como avanzada de investigaciones posteriores, viene a cubrir un gran vacío en materia de estadísticas y estudios sectoriales. En ese sentido, se pretende así paliar una fragilidad estatal cuya persistencia, a más de tres años del proceso privatizador, resulta por lo menos sospechosa.

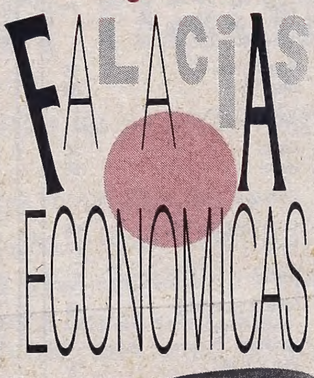
Sin perjuicio de reseñar brevemente la historia industrial argentina, la artillería estadística, analítica y argumental se concentra en la década de los 80 y en las modificaciones derivadas del Plan de Convertibilidad. No obstante ello y a tono con el espíritu pro-industria, característico de la institución, los autores recuerdan que el grado de industrialización de inicios de los 90 es similar a los valores de la década del 40. Es a partir de allí que Kosacoff califica al actual proceso como de reestructuración regresiva y con creciente heterogeneidad estructural. El carácter regresivo vendría dado por el hecho de que los cambios operados a partir de 1975 se han hecho en desprecio (y desperdicio) de la acumulación industrial lograda hasta entonces.

Una de las conclusiones de mayor peso es que la industria ha dejado de ser, desde hace ya veinte años, el *motor* del desarrollo argentino, y que podría sintetizarse en el retroceso de la sociedad salarial en simultáneo con el incremento de sus alternativas: desocupación, subempleo, informalidad, precarización, cuentapropismo, clientelismo, etc. En cuanto al efecto macro de esta reconfiguración industrial, el autor concluye "las evidencias de desempeños microeconómicos exitosos son abundantes... pero no han tenido la fuerza macroeconómica para definir un nuevo sendero de crecimiento de la economía".

La alta concentración de la propiedad y oligopolización de la oferta, el bajo perfil estratégico de las corrientes exportadoras, los impactos del Mercosur, la actividad de las empresas transnacionales y una detallada estadística sectorial son parte de las contribuciones. Podría esperarse, no obstante, más énfasis por parte de investigadores de CEPAL respecto de las políticas públicas asociadas a un nuevo perfil industrializante, así como los efectos del actual en materia de crecimiento con equidad, valores otrora tan promovidos. En un mismo orden de cosas, son tímidas las posiciones respecto de áreas tan actuales en materia de competitividad como el llamado "costo laboral". Pero no importa; no faltarán ocasiones.

LA COMPETENCIA DE LOS COMPETENTES

Por Jorge Schvarzer



Las competencias deportivas tienen sumo cuidado en verificar que los competidores sean semejantes. No hay certamen mundial en el que no se practique una estricta selección previa con ese criterio antes de iniciarlo. Los equipos de fútbol son seleccionados de acuerdo con su habilidad antes de competir en un campeonato. Los boxeadores son equiparados de acuerdo con distintos antecedentes que incluyen hasta su peso para evitar que las diferencias entre uno y otro excedan ciertos límites. Estas normas llegan incluso a considerar como falta de ética que un boxeador se "agarre a trompadas" con un ciudadano porque goza de una ventaja comparativa inadmisible.

La lógica de esas reglas reside en que la competencia sólo se puede establecer entre equivalentes. A diferencia del antiguo circo romano (donde los hombres eran arrojados inermes a las fieras) hoy nadie imagina una carrera entre un paralítico y un atleta.

No hace falta demasiada imaginación para trasladar esta idea al campo de la economía. La competencia en el mercado sólo se puede (o, más bien, se *debe*) realizar entre equivalentes. Por eso, las medidas contra quienes disponen de poder económico, contra los monopolios y otros agentes que pueden distorsionar el mercado. Por eso, las normas construidas a lo largo del tiempo en los distintos mercados nacionales. La regulación legal del tiempo de trabajo, por ejemplo, es una forma de asegurar que la competencia entre los empresarios sea normal y que no se puedan aprovechar diferencias inaceptables vía la explotación irregular de los asalariados.

Estados Unidos tiene normas estrictas (aunque no siempre aplicadas) que establecen restricciones a las importaciones desde países que no cumplen con ciertos reglamentos mínimos. Sus criterios permiten impedir el ingreso de mercaderías que hayan sido producidas con mano de obra esclava (o prisionera) o con salarios de hambre, o mediante la explotación indebida de la naturaleza. Es cierto que no siempre las aplican pero la sola existencia de esas normas sirve para recordar que el principio básico de la competencia es la semejanza de quienes compiten.

En la Argentina hay quienes creen que aplicar esa lógica es ser proteccionista. Y hasta suponen que esta palabra, más que una clasificación de posiciones, es un insulto. Quienes eso creen, no son competentes para entender la competencia.



Alejandro Elías



En 1993 se facturaron 400 millones de dólares en pañales descartables. Ya son usados por más de la mitad de los bebés. En los últimos tres años los precios han bajado un tercio. Crece la presencia de las multinacionales de origen estadounidense.

UN NEGOC

(Por Pablo Ferreira) Las mamás le han bajado el pulgar al viejo pañal. En los últimos dos años las ventas de pañales descartables crecieron más del 100 por ciento. Hoy son superiores a los 400 millones de dólares y suman anualmente la friolera de 1500 millones de pañales. Descartables Argentinos (Mimitos) es el actor dominante con más del 40 por ciento del mercado. La euforia ha impulsado desembarcos resonantes. Los primeros en llegar fueron Procter & Gamble (Pampers/Duffy), el mayor productor de pañales del mundo, y el holding chileno CMPC (La Papelera) del grupo Matte (Babysan), que terminaron aliándose. Ahora se aguarda el inminente lanzamiento de la producción local de Kimberley Clark (Huggies), líder del mercado norteamericano. La competencia se vuelve feroz y ni los canales de comercialización se salvan del terremoto. Las pañaleras son desplazadas por los supermercados que se apoderaron de más de la mitad de la distribución.

Los expertos del sector prevén un crecimiento constante de la demanda por lo menos hasta el año 2001.

UN MERCADO EN PAÑALES

Más de la mitad de los *babys* del país usan hoy pañales descartables. Según Marcelo Ponti, gerente de marketing de Papelera del Plata –fabricantes del Bebex con un 10 por ciento del mercado–, "el nivel de penetración de los pañales descartables llega a algo más del 50 por ciento". Con las cifras de una reciente investigación en sus manos, Mario García Díaz, presidente de Serenity SA (pañales Gift), dice que "este mercado seguirá creciendo hasta el año 2001 a un ritmo del 15 por ciento anual". No es poco. Implica, por ejemplo, que

MIMOS EN LA COLA

"Cambios cualitativos de suma intensidad nos obligan a una adaptación acelerada o desaparecer." La descripción y el vaticinio son de Descartables Argentinos, y revelan hasta qué punto se les modificó el tablero en 1991 a los fabricantes de los pañales Mimito, líderes del mercado.

El crecimiento del negocio de Jorge Tchinnosian, presidente y dueño –junto con su primo Gregorio Víctor– de la empresa, fue imparable desde que vieron la veta en 1986. Pero con el boom de la demanda y la apertura quedaron entre dos fuegos. El ingreso de nuevos productores (como Serenity y Seler) pusieron los precios en picada, y las importaciones no sólo les mordían el mercado: también hicieron al consumidor más exigente.

Todo empeoró cuando las multinacionales entraron en escena. Ellos mismos –mirándose en el espejo más próximo– explicaron la amenaza de P&G: cuando entraron en Brasil en 1991 enfrentándose a Johnson & Johnson (que tenía más de dos tercios del mercado) en sólo seis meses se quedaron con el 23 por ciento de las ventas. No era todo el derrumbe: también los viejos canales de distribución empezaron a caerse en pedazos (ver nota central)

Con estas perspectivas, poner las barbas en remojo era poco. El reto de jugar a más implicó reducir márgenes, racionalizar y un uso prolífico de la chequera para tecnología, maquinarias y distribución en supermercados y farmacias. En 1992 no sólo duplicaron la capacidad de producción; además incrementaron un 50 por ciento las ventas, llevando la tajada del mercado al 37 por ciento. Hoy estarían 5 puntos arriba.

La muestra más visible del giro es el caso de Absorbentes. El comercial impactó hasta en los jurados: se hizo acreedor al Lápiz de Platino '92. No fue gratis. El presupuesto en publicidad trepó seis veces, se llevó casi 4 millones de dólares.

LIBROS

DES(A)TINO INDUSTRIAL

Las enormes y en su mayoría desastrosas transformaciones que ha sufrido la industria argentina en los últimos años quedan reflejadas en "El desafío de la competitividad", un libro compilado por el especialista Bernardo Kosacoff, que CEPAL y Alianza Editorial acaban de lanzar lmercado.

(Por Marcelo Matellanes) Si el incipiente debate en materia de política industrial consigue alejarse de esa situación de tercero excluido en que lo coloca el *affaire* gobierno-privatizaciones, encontrará en investigaciones recientes de la CEPAL la materia para pegar un gran salto adelante. Bajo la compilación de Bernardo Kosacoff y con importantes aportes de Luis A. Beccaria, Daniel Chudnovksy, Francisco Gatto y Jorge Katz, entre otros, fue editada la obra *El desafío de la competitividad- La industria argentina en transformación.* Los trabajos se originan en un proyecto apoyado financieramente por la Fundación Volkswagen y editado por Alianza.

Como lo señala desde el prólogo Luis Claudio Marinho, director de la oficina de CEPAL en Buenos Aires, el objetivo de la investigación es "evaluar los cambios recientes en la estructura industrial y su inserción en el comercio internacional". Ante todo puede señalarse que este libro, más allá del uso que de él pueda hacerse como disparador del debate industrial y como avanzada de investigaciones posteriores, viene a cubrir un gran vacío en materia de estadísticas y estudios sectoriales. En ese sentido, se pretende así paliar una fragilidad estatal cuya persistencia, a más de tres años del proceso privatizador, resulta por lo menos sospechosa.

Sin perjuicio de reseñar brevemente la historia industrial argentina, la artillería estadística, analítica y argumental se concentra en la década de los 80 y en las modificaciones derivadas del Plan de Convertibilidad. No obstante ello y a tono con el espíritu pro-industria, característico de la institución, los autores recuerdan que el grado de industrialización de inicios de los 90 es similar a los valores de la década del 40. Es a partir de allí que Kosacoff califica al actual proceso como de reestructuración regresiva y con creciente heterogeneidad estructural. El carácter regresivo vendría dado por el hecho de que los cambios operados a partir de 1975 se han hecho en desprecio (y desperdicio) de la acumulación industrial lograda hasta entonces.

Una de las conclusiones de mayor peso es que la industria ha dejado de ser, desde hace ya veinte años, el *motor* del desarrollo argentino, y que podría sintetizarse en el retroceso de la sociedad salarial en simultáneo con el incremento de sus alternativas: desocupación, subempleo, informalidad, precarización, cuentapropismo, clientelismo, etc. En cuanto al efecto macro de esta reconfiguración industrial, el autor concluye "las evidencias de desempeños microeconómicos exitosos son abundantes... pero no han tenido la fuerza macroeconómica para definir un nuevo sendero de crecimiento de la economía".

La alta concentración de la propiedad y oligopolización de la oferta, el bajo perfil estratégico de las corrientes exportadoras, los impactos del Mercosur, la actividad de las empresas transnacionales y una detallada estadística sectorial son parte de las contribuciones. Podría esperarse, no obstante, más énfasis por parte de investigadores de CEPAL respecto de las políticas públicas asociadas a un nuevo perfil industrializante, así como los efectos del actual en materia de crecimiento con equidad, valores otrora tan promovidos. En un mismo orden de cosas, son tímidas las posiciones respecto de áreas tan actuales en materia de competitividad como el llamado "costo laboral". Pero no importa; no faltarán ocasiones.

LA COMPETENCIA DE LOS COMPETENTES

Por Jorge Schvarzer



Las competencias deportivas tienen sumo cuidado en verificar que los competidores sean semejantes. No hay certamen mundial en el que no se practique una estricta selección previa con ese criterio antes de iniciarlo. Los equipos de fútbol son seleccionados de acuerdo con su habilidad antes de competir en un campeonato. Los boxeadores son equiparados de acuerdo con distintos antecedentes que incluyen hasta su peso para evitar que las diferencias entre uno y otro excedan ciertos límites. Estas normas llegan incluso a considerar como falta de ética que un boxeador se "agarre a trompadas" con un ciudadano porque goza de una ventaja comparativa inadmisible.

La lógica de esas reglas reside en que la competencia sólo se puede establecer entre equivalentes. A diferencia del antiguo circo romano (donde los hombres eran arrojados inermes a las fieras) hoy nadie imagina una carrera entre un paralítico y un atleta.

No hace falta demasiada imaginación para trasladar esta idea al campo de la economía. La competencia en el mercado sólo se puede (o, más bien, se *debe*) realizar entre equivalentes. Por eso, las medidas contra quienes disponen de poder económico, contra los monopolios y otros agentes que pueden distorsionar el mercado. Por eso, las normas construidas a lo largo del tiempo en los distintos mercados nacionales. La regulación legal del tiempo de trabajo, por ejemplo, es una forma de asegurar que la competencia entre los empresarios sea normal y que no se puedan aprovechar diferencias inaceptables vía la explotación irregular de los asalariados.

Estados Unidos tiene normas estrictas (aunque no siempre aplicadas) que establecen restricciones a las importaciones desde países que no cumplen con ciertos reglamentos mínimos. Sus criterios permiten impedir el ingreso de mercaderías que hayan sido producidas con mano de obra esclava (o prisionera) o con salarios de hambre, o mediante la explotación indebida de la naturaleza. Es cierto que no siempre las aplican pero la sola existencia de esas normas sirve para recordar que el principio básico de la competencia es la semejanza de quienes compiten.

En la Argentina hay quienes creen que aplicar esa lógica es ser proteccionista. Y hasta suponen que esta palabra, más que una clasificación de posiciones, es un insulto. Quienes eso creen, no son competentes para entender la competencia.

Alejandro Elías



En 1993 se facturaron 400 millones de dólares en pañales descartables. Ya son usados por más de la mitad de los bebés. En los últimos tres años los precios han bajado un tercio. Crece la presencia de las multinacionales de origen estadounidense.

PAÑALES

UN NEGOCION DE PIS Y CACA

(Por Pablo Ferreira) Las mamás le han bajado el pulgar al viejo pañal. En los últimos dos años las ventas de pañales descartables crecieron más del 100 por ciento. Hoy son superiores a los 400 millones de dólares y suman anualmente la friolera de 1500 millones de pañales. Descartables Argentinos (Mimitos) es el actor dominante con más del 40 por ciento del mercado. La euforia ha impulsado desembarcos resonantes. Los primeros en llegar fueron Procter & Gamble (Pampers/Duffy), el mayor productor de pañales del mundo, y el holding chileno CMPC (La Papelera) del grupo Matte (Babysan), que terminaron aliándose. Ahora se aguarda el inminente lanzamiento de la producción local de Kimberley Clark (Huggies), líder del mercado norteamericano. La competencia se vuelve feroz y ni los canales de comercialización se salvan del terremoto. Las pañaleras son desplazadas por los supermercados que se apoderaron de más de la mitad de la distribución.

Los expertos del sector prevén un crecimiento constante de la demanda por lo menos hasta el año 2001.

UN MERCADO EN PAÑALES

Más de la mitad de los *babys* del país usan hoy pañales descartables. Según Marcelo Ponti, gerente de marketing de Papelera del Plata –fabricantes del Bebex con un 10 por ciento del mercado–, "el nivel de penetración de los pañales descartables llega a algo más del 50 por ciento". Con las cifras de una reciente investigación en sus manos, Mario García Díaz, presidente de Serenity SA (pañales Gift), dice que "este mercado seguirá creciendo hasta el año 2001 a un ritmo del 15 por ciento anual". No es poco. Implica, por ejemplo, que en 1994 se venderán 225 millones de pañales adicionales.

Ninguno de los entrevistados discrepa con que la estabilidad es una de las razones de esta explosión de consumo. También coinciden en que la competencia hizo lo suyo. Marcos Hall, de la consultora Nielsen (Dun & Bradstreet), dice que la competencia trae aparejados tres fenómenos: "Se genera una guerra de precios, hay actualización tecnológica y los mercados se desarrollan". Pese a que con la incorporación de tecnologías como la del gel ultra absorbente –inimaginables en el país hasta hace un par de años– los pañales se tornaron mucho más atractivos, fueron los precios los que terminaron por oprimir el gatillo. A medida que se pusieron a tiro, los progenitores no dudaron un instante en adoptar los descartables, desechando el viejo sistema que los condenaba al lavado cotidiano. "Hoy los pañales se usan hasta en las casas más humildes", dijo a CASH Alberto Guil, presidente de Supermercados Norte. "La calidad está a la par de los mejores del mundo –agregó–, y han pasado a ser un producto económico. Hace tres o cuatro años el paquete valía entre 15 y 18 pesos y hoy promedia 11."

García Díaz lo ejemplificó de esta manera: "Los pañales necesarios por día para un chico cuestan un paquete de cigarrillos o treinta minutos de una hora de mucama".

SMALL IS BEAUTIFUL

Con semejante panorama no es llamativo que el negocio se mueva en el vértigo de una feroz competencia. El terremoto se desata con la entrada de Procter & Gamble a mediados de 1991, y se profundiza con su posterior despliegue que los llevó a pactar una alianza estratégica con CMPC, líder absoluto del mercado chileno (ver recuadro).

Sin embargo fue sólo el principio.

El dinamismo de este mercado puso en escena a dos nuevos productores locales: Serenity y Seler. Ambos lanzaron a comienzos del '92 la fabricación de pañales a valores tan inusuales que en Descartables Argentinos le atribuyen haber provocado "una sensible baja en los precios de venta". Los pañales Gift, por ejemplo, "se comercializan a 8,80 pesos en la calle –publicita García Díaz–, y son los más baratos". De acuerdo con lo que dicen las empresas, la demanda ya superó la capacidad de producción de sus máquinas. Silvio Barberis, gerente de ventas de Seler, asegura que este año la producción de los pañales Blue King pasó de un nivel de 6,3 millones en enero a 11,5 en diciembre. Actualmente se reparten un nada desdeñable 10 por ciento del mercado.

Ante este fuego cruzado, en Descartables Argentinos se inició un fuerte proceso de transformación, conscientes de que cualquier otra alternativa significaba desaparecer (ver recuadro). Fueron, por ejemplo, los primeros en adoptar el gel en sus pañales. Parece que acertaron. En 1992 Mimitos superó todas las marcas al alcanzar un 37 por ciento del market share. En 1993 continuó creciendo.

PARA VARIAR: SUPERMERCADOS

Con las nuevas reglas de juego también entraron en cortocircuito las pañaleras. Durante la segunda mitad de los 80 y hasta fines de 1991 acaparaban el grueso de las ventas mayoristas y minoristas. Pero desde entonces cayeron en un acelerado proceso de extinción. Al menos las clásicas que no se diversificaron. "Eran un fenómeno de la inflación y de la evasión", simplificó off the record un conocedor del tema. Los supermercados, en contrapartida, aprovecharon para recuperar el tiempo perdido; y en qué forma: en los tres últimos años cuadruplicaron su participación. Pasaron de tener menos del 15 por ciento en 1990 a más del 50 por ciento ahora.

"Aún no se ha visto todo lo que hay para ver", confió a CASH un cauteloso especialista. El comentario apuntaba a otro desembarco rutilante, el de Kimberley Clark. No hace mucho se empezaron a ver en las farmacias sus pañales Huggies. La marca trae una merecida fama, ya que está primera en el ranking de ventas de Estados Unidos. Pero esta multi ha decidido apostar más alto: se jugó a invertir en una planta nueva. La están levantando cerca de la ciudad de Córdoba, y están preparados –se comenta– para lanzar su producción en pocos días.

El cuadro de situación parece confirmar la idea de Ricardo Albamonte, presidente de Seler, cuando dice que "la verdadera competencia empieza en marzo". Sucede que en este mercado, desde hace años con demanda insatisfecha, habrá en 1994 –por primera vez– una oferta excedente.

PROSAN: P&G MAS CMPC

Acaba de conmover al mercado con la compra de Compañía Química a Bunge & Born. Pero lo cierto es que desde que desembarcó Procter & Gamble, el negocio de los pañales descartables entró en ebullición. La multi, que domina más del 50 por ciento del mercado mundial, sólo con Pampers (una de las diez marcas de bienes durables más poderosas del planeta según el *Financial Worl*) facturó el año pasado 4000 millones de dólares.

Debutaron en 1991 quedándose con Duffy. Pagaron sin chistar por Eguimad 12 millones de dólares. Pero la jugada estratégica fue lograr un acuerdo con la chilena CMPC (Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones), que controla el 80 por ciento del mercado trasandino, y que ese mismo año compró Química Estrella San Luis para producir los Babysan. El holding del grupo Matte dispone de 300.000 hectáreas de bosques y de fuertes inversiones en celulosa y papel. Así corren con ventaja: la integración vertical les permite manejar *a piacere* insumos muy baratos.

Bautizado Prosan Argentina, el joint venture se consumó en octubre de 1992. La conveniente alianza de materias primas, tecnología, mercados y marcas también instauró la paz entre ellos. Y no es poco: "Era una locura total" dice el presidente de Serenity, Mario García Díaz, recordando sus encontronazos: "Se pelearon mucho en una campaña muy dura, donde compraban las puntas de góndola a 15.000 dólares y vendían por debajo del costo".

Pero el amor es más fuerte. Aunque afirman no llegar al 25 por ciento del mercado, la competencia asegura que la tajada de Pampers, Duffy y Babysan (la trimarca que manejan) es del 30 por ciento.

Ahora estarían decididos a producir los mismísimos Pampers. El flete, aunque los traen desde su (nueva) planta en Brasil, descoloca su precio. Y con su archirrival Kimberly Clark sobre la nuca no suena descabellado. En Prosan tampoco lo desmienten ("es posible", dijeron). Además, nadie regalaría este paraíso y menos lo harán las gigantes norteamericanas que, frente al boom del consumo latinoamericano, ven su propio mercado natal en retroceso.

MIMOS EN LA COLA

"Cambios cualitativos de suma intensidad nos obligan a una adaptación acelerada o desaparecer." La descripción y el vaticinio son de Descartables Argentinos, y revelan hasta qué punto se les modificó el tablero en 1991 a los fabricantes de los pañales Mimito, líderes del mercado.

El crecimiento del negocio de Jorge Tchinnosian, presidente y dueño –junto con su primo Gregorio Víctor– de la empresa, fue imparable desde que vieron la veta en 1986. Pero con el boom de la demanda y la apertura quedaron entre dos fuegos. El ingreso de nuevos productores (como Serenity y Seler) pusieron los precios en picada, y las importaciones no sólo les mordían el mercado: también hicieron al consumidor más exigente.

Todo empeoró cuando las multinacionales entraron en escena. Ellos mismos –mirándose en el espejo más próximo– explicaron la amenaza de P&G: cuando entraron en Brasil en 1991 enfrentándose a Johnson & Johnson (que tenía más de dos tercios del mercado) en sólo seis meses se quedaron con el 23 por ciento de las ventas. No era todo el derrumbe: también los viejos canales de distribución empezaron a caerse en pedazos (ver nota central)

Con estas perspectivas, poner las barbas en remojo era poco. El reto de jugar a más implicó reducir márgenes, racionalizar y un uso prolífico de la chequera para tecnología, maquinarias y distribución en supermercados y farmacias. En 1992 no sólo duplicaron la capacidad de producción; además incrementaron un 50 por ciento las ventas, llevando la tajada del mercado al 37 por ciento. Hoy estarían 5 puntos arriba.

La muestra más visible del giro es el caso de Absorbentes. El comercial impactó hasta en los jurados: se hizo acreedor al Lápiz de Platino '92. No fue gratis. El presupuesto en publicidad trepó seis veces, se llevó casi 4 millones de dólares.

TORTA DESCARTABLE

	Empresa	Pañales (miles)	Ventas(2) $	Particip. %
1 Mimito	Descartables Argentinos	645.00	180.600.000	43
2 Pampers (*) Duffy y Babysan	Prosan (P&G+Cmpc)	450.000	126.000.000	30
3 Bebex	Papelera del Plata	150.000	42.000.000	10
4 Blue King y Gift	Seler Serenity	180.000	50.400.000	12
5 Besitos Pompis y otros	Compañía Química (P&G) Odol	75.000	21.000.000	5
Totales		1.500.000	420.000.000	100

Nota: en base a estimaciones de las empresas y propias.

Alejandro Elías



LA MATERIA PRIMA QUE IMPORTA

Aunque las importaciones de pañales tuvieron un crecimiento espectacular con la apertura, ni en el pico de 1992 lograron superar el 15 por ciento de las ventas. En el último año se han estabilizado, e incluso –en valores absolutos– iniciaron una clara tendencia declinante.

Sin duda no fue la política económica la que alejó del sector la pesadilla de una avalancha importadora como la que arrasa tantos segmentos industriales. La clave está en el flete: la alta relación volumen/precio lo convierte en una barrera poderosa.

Incluso no pocos creen que pronto serán completamente marginales. "El importado no corre más", asegura Silvio Barberis, gerente de ventas de Seler.

En compensación, es muy relevante el ingreso de materias primas como la celulosa, a pesar de que no se conocen con exactitud las cifras. Con la crisis de esta industria los precios del mercado mundial son tentadores. "Nosotros, comentó por ejemplo García Díaz (Serenity), traemos de afuera un 40 por ciento". Pero el peso sería mayor en el caso de las líderes. Descartables Argentinos superaría el 70 por ciento, y Prosan, donde la presencia como proveedor del holding papelero CMPC es muy fuerte, estaría importando todo. Aunque la empresa desmintió este dato, tácitamente acepta ("buscamos, dijeron, un balance") que al menos la mitad viene de afuera.



PROSAN: P&G MAS CMPC

Acaba de conmover al mercado con la compra de Compañía Química a Bunge & Born. Pero lo cierto es que desde que desembarcó Procter & Gamble, el negocio de los pañales descartables entró en ebullición. La multi, que domina más del 50 por ciento del mercado mundial, sólo con Pampers (una de las diez marcas de bienes durables más poderosas del planeta según el *Financial Worl*) facturó el año pasado 4000 millones de dólares.

Debutaron en 1991 quedándose con Duffy. Págaron sin chistar por Eguimad 12 millones de dólares. Pero la jugada estratégica fue lograr un acuerdo con la chilena CMPC (Compañía Manufacturera de Papeles y Cartones), que controla el 80 por ciento del mercado trasandino, y que ese mismo año compró Química Estrella San Luis para producir los Babysan. El holding del grupo Matte dispone de 300.000 hectáreas de bosques y de fuertes inversiones en celulosa y papel. Así corren con ventaja: la integración vertical les permite manejar *a piacere* insumos muy baratos.

Bautizado Prosan Argentina, el joint venture se consumó en octubre de 1992. La conveniente alianza de materias primas, tecnología, mercados y marcas también instauró la paz entre ellos. Y no es poco: "Era una locura total" dice el presidente de Serenity, Mario García Díaz, recordando sus encontronazos: "Se pelearon mucho en una campaña muy dura, donde compraban las puntas de góndola a 15.000 dólares y vendían por debajo del costo".

Pero el amor es más fuerte. Aunque afirman no llegar al 25 por ciento del mercado, la competencia asegura que la tajada de Pampers, Duffy y Babysan (la trimarca que manejan) es del 30 por ciento.

Ahora estarían decididos a producir los mismísimos Pampers. El flete, aunque los traen desde su (nueva) planta en Brasil, descoloca su precio. Y con su archirrival Kimberly Clark sobre la nuca no suena descabellado. En Prosan tampoco lo desmienten ("es posible", dijeron). Además, nadie regalaría este paraíso y menos lo harán las gigantes norteamericanas que, frente al boom del consumo latinoamericano, ven su propio mercado natal en retroceso.





Alejandro Elías

ION DE PIS Y CACA

n 1994 se venderán 225 millones de añales adicionales.

Ninguno de los entrevistados disrepa con que la estabilidad es una de as razones de esta explosión de conumo. También coinciden en que la ompetencia hizo lo suyo. Marcos Iall, de la consultora Nielsen (Dun & Bradstreet), dice que la competencia rae aparejados tres fenómenos: "Se genera una guerra de precios, hay acualización tecnológica y los mercalos se desarrollan". Pese a que con la ncorporación de tecnologías como la lel gel ultra absorbente –inimaginables en el país hasta hace un par de ños– los pañales se tornaron mucho nás atractivos, fueron los precios los que terminaron por oprimir el gatillo. A medida que se pusieron a tiro, los progenitores no dudaron un instante n adoptar los descartables, desechanlo el viejo sistema que los condenaba l lavado cotidiano. "Hoy los pañales e usan hasta en las casas más humilles", dijo a CASH Alberto Guil, presidente de Supermercados Norte. "La calidad está a la par de los mejores del mundo –agregó–, y han pasado a ser un producto económico. Hace tres o cuatro años el paquete valía entre 15 y 18 pesos y hoy promedia 11."

García Díaz lo ejemplificó de esta manera: "Los pañales necesarios por día para un chico cuestan un paquete de cigarrillos o treinta minutos de una hora de mucama".

SMALL IS BEAUTIFUL

Con semejante panorama no es llamativo que el negocio se mueva en el vértigo de una feroz competencia. El terremoto se desata con la entrada de Procter & Gamble a mediados de 1991, y se profundiza con su posterior despliegue que los llevó a pactar una alianza estratégica con CMPC, líder absoluto del mercado chileno (ver recuadro).

Sin embargo fue sólo el principio.

El dinamismo de este mercado puso en escena a dos nuevos productores locales: Serenity y Seler. Ambos lanzaron a comienzos del '92 la fabricación de pañales a valores tan inusuales que en Descartables Argentinos le atribuyen haber provocado "una sensible baja en los precios de venta". Los pañales Gift, por ejemplo, "se comercializan a 8,80 pesos en la calle –publicita García Díaz–, y son los más baratos". De acuerdo con lo que dicen las empresas, la demanda ya superó la capacidad de producción de sus máquinas. Silvio Barberis, gerente de ventas de Seler, asegura que este año la producción de los pañales Blue King pasó de un nivel de 6,3 millones en enero a 11,5 en diciembre. Actualmente se reparten un nada desdeñable 10 por ciento del mercado.

Ante este fuego cruzado, en Descartables Argentinos se inició un fuerte proceso de transformación, conscientes de que cualquier otra alternativa significaba desaparecer (ver recuadro). Fueron, por ejemplo, los primeros en adoptar el gel en sus pañales. Parece que acertaron. En 1992 Mimitos superó todas las marcas al alcanzar un 37 por ciento del market share. En 1993 continuó creciendo.

PARA VARIAR: SUPERMERCADOS

Con las nuevas reglas de juego también entraron en cortocircuito las pañaleras. Durante la segunda mitad de los 80 y hasta fines de 1991 acaparaban el grueso de las ventas mayoristas y minoristas. Pero desde entonces cayeron en un acelerado proceso de extinción. Al menos las clásicas que no se diversificaron. "Eran un fenómeno de la inflación y de la evasión", simplificó off the record un conocedor del tema. Los supermercados, en contrapartida, aprovecharon para recuperar el tiempo perdido; y en qué forma: en los tres últimos años cuadruplicaron su participación. Pasaron de tener menos del 15 por ciento en 1990 a más del 50 por ciento ahora.

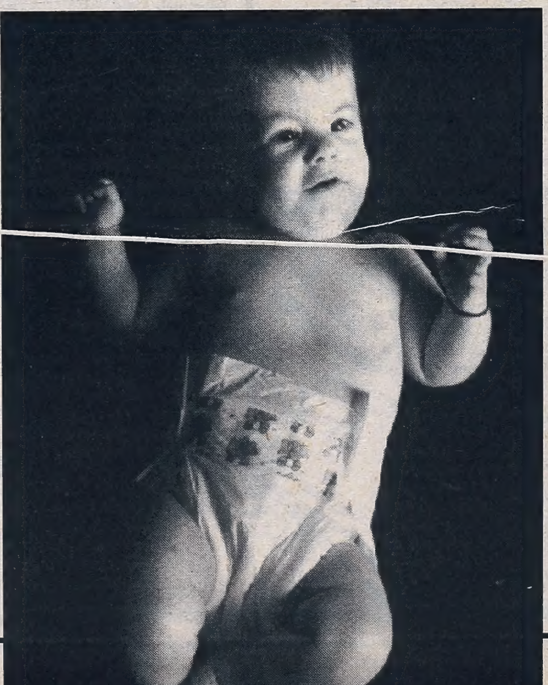
"Aún no se ha visto todo lo que hay para ver", confió a CASH un cauteloso especialista. El comentario apuntaba a otro desembarco rutilante, el de Kimberley Clark. No hace mucho se empezaron a ver en las farmacias sus pañales Huggies. La marca trae una merecida fama, ya que está primera en el ranking de ventas de Estados Unidos. Pero esta multi ha decidido apostar más alto: se jugó a invertir en una planta nueva. Laestán levantando cerca de la ciudad de Córdoba, y están preparados –se comenta– para lanzar su producción en pocos días.

El cuadro de situación parece confirmar la idea de Ricardo Albamonte, presidente de Seler, cuando dice que "la verdadera competencia empieza en marzo". Sucede que en este mercado, desde hace años con demanda insatisfecha, habrá en 1994 – por primera vez– una oferta excedente.

TORTA DESCARTABLE

	Empresa	Pañales (miles)	Ventas(2) $	Particip. %
1 Mimito	Descartables Argentinos	645.00	180.600.000	43
2 Pampers (*) Duffy y Babysan	Prosan (P&G+Cmpc)	450.000	126.000.000	30
3 Bebex	Papelera del Plata	150.000	42.000.000	10
4 Blue King y Gift	Seler Serenity	180.000	50.400.000	12
5 Besitos Pompis y otros	Compañía Quimica (P&G) Odol	75.000	21.000.000	5
Totales		1.500.000	420.000.000	100

Nota: en base a estimaciones de las empresas y propias.



Alejandro Elías

LA MATERIA PRIMA QUE IMPORTA

Aunque las importaciones de pañales tuvieron un crecimiento espectacular con la apertura, ni en el pico de 1992 lograron superar el 15 por ciento de las ventas. En el último año se han estabilizado, e incluso –en valores absolutos– iniciaron una clara tendencia declinante.

Sin duda no fue la política económica la que alejó del sector la pesadilla de una avalancha importadora como la que arrasa tantos segmentos industriales. La clave está en el flete: la alta relación volumen/precio lo convierte en una barrera poderosa.

Incluso no pocos creen que pronto serán completamente marginales. "El importado no corre más", asegura Silvio Barberis, gerente de ventas de Seler.

En compensación, es muy relevante el ingreso de materias primas como la celulosa, a pesar de que no se conocen con exactitud las cifras. Con la crisis de esta industria los precios del mercado mundial son tentadores. "Nosotros, comentó por ejemplo García Díaz (Serenity), traemos de afuera un 40 por ciento". Pero el peso sería mayor en el caso de las líderes. Descartables Argentinos superaría el 70 por ciento, y Prosan, donde la presencia como proveedor del holding papelero CMPC es muy fuerte, estaría importando todo. Aunque la empresa desmintió este dato, tácitamente acepta ("buscamos, dijeron, un balance") que al menos la mitad viene de afuera.

FINANZAS

El Buen Inversor

BOLSA EMERGENTE

El mercado bursátil ha pasado a integrar el apasionante tablero de los mercados emergentes, con la consiguiente participación en el recinto de fondos del exterior que hasta hace poco eran virtualmente desconocidos. Son precisamente esos fondos los que marcan el ritmo de los negocios en la rueda.

(Por Alfredo Zaiat) Aunque a muchos les cueste creerlo, en los últimos años, y especialmente a partir de éste, el mercado bursátil local es una pieza más en el tablero mundial de los principales fondos de inversión del mundo. Obviamente, no es una plaza a la que destinan sus principales colocaciones, pero se ha convertido en una de las elegidas entre las emergentes. El volumen de negocios aún no ha alcanzado el de la Bolsa mexicana, y está muy lejos de las asiáticas. Pero sus operaciones se han integrado a ese mítico mundo que maneja millones diarios por medio de pantallas y comunicaciones telefónicas.

La incorporación del mercado local a los flujos de capitales de inversores institucionales explica en gran parte el desarrollo reciente de las cotizaciones. Y en especial el de algunos papeles. Las telefónicas, por ejemplo, fueron recomendadas a fines de noviembre por parte de los brokers más importantes y tuvieron un recorrido espectacular en diciembre, con mejoras que arañaron el 40 por ciento. Ahora esos mismos operadores recomiendan tomar ganancias, pues consideran que están sobrevaluadas.

Las telefónicas, sin embargo, se resisten a bajar fuertemente –en las dos últimas jornadas se desinflaron un poco– porque otros fondos del exterior continúan participando activamente en esas plazas. El motivo no es que descrean del análisis de sus colegas, sino que estos inversores realizan simples arbitrajes de precios con telefónicas que cotizan en otros mercados emergentes. El razonamiento que hacen, si bien sofisticado, es el siguiente: si la compañía de teléfonos de Singapur tiene un price/earning (precio/utilidad) de 40 años, y Telefónica de Argentina de 20 a 25, la alternativa para hacer diferencias la ofrece la compañía local.

Para entender la importancia que adquirieron los brokers del exterior en la definición de las tendencias de la plaza, resulta imprescindible saber que esos inversores envían diaria y semanalmente reportes a sus clientes con recomendaciones de compra o venta. Por ejemplo, la firma británica Baring Securities, uno de los brokers más serios en el análisis de empresas, aconsejó en su último informe, luego de realizar un profundo estudio, vender acciones de los bancos Francés y Galicia, ya que consideró que en estos momentos están en valores techo. En cambio, sí recomendó la compra del Banco del Sud. De este tipo de trabajos está inundado el mercado y así se van formando las tendencias que permite ganar fortunas a los inversores con acceso a los brokers extranjeros.

Al respecto, otro fenómeno también ligado a la presencia de fondos del exterior se está verificando en el mercado. El fuerte repunte de las cotizaciones que comenzó en noviembre fue impulsado por los mismos inversores que desataron el boom del '91 y que se retiraron a principios del '92, presagiando la posterior debacle. En estos momentos, esos fondos también se están alejando del recinto para realizar utilidades pero, a diferencia de la experiencia anterior, nuevos inversores institucionales están asumiendo posiciones relevantes en la rueda. Por ese motivo, los negocios en la Bolsa reflejan tanta fortaleza, pese a las lógicas correcciones que se están verificando en estos días.



La cantidad de $ que existen
(en millones)

	en $
Cir. monet. al 6/1	12.531
Tasa monet. al 6/1	16.213
Depósitos al 30/12	
Cuenta corriente	2481
Caja de ahorro	2466
Plazos fijos	5348

Nota: La circulación monetaria en la cantidad de dinero que está en poder del público y en los bancos. La base monetaria son los pesos del público y de los bancos más los depósitos de las entidades financieras en cuenta corriente en el Banco Central. Los montos de los depósitos corresponden a una muestra realizada por el BCRA.



Acciones

	Precio (en pesos)		Variación (en porcentaje)		
	Jueves 30/12	Viernes 7/1	Semanal	Mensual	Anual
Acindar	1,145	1,26	10,0	10,0	10,0
Alpargatas	0,865	0,955	10,4	10,4	10,4
Astra	2,26	2,65	17,3	17,3	17,3
Atanor	0,40	0,429	7,3	7,3	7,3
Bagley	4,95	5,25	6,1	6,1	6,1
Celulosa	0,245	0,273	11,4	11,4	11,4
Comercial del Plata	7,00	7,65	9,3	9,3	9,3
Siderca	0,56	0,565	0,9	0,9	0,9
Banco Francés	12,70	12,70	0,0	0,0	0,0
Banco Galicia	10,05	10,05	0,0	0,0	0,0
YPF	25,90	26,55	2,5	2,5	2,5
Indupa	0,34	0,34	0,0	0,0	0,0
Ipako	0,85	0,98	15,3	15,3	15,3
Ledesma	1,37	1,37	0,0	0,0	0,0
Molinos	12,80	14,50	13,3	13,3	13,3
Pérez Companc	6,25	6,83	9,3	9,3	9,3
Nobleza Piccardo	3,80	4,80	26,3	26,3	26,3
CINA (ex Renault)	53,00	50,40	- 4,9	- 4,9	- 4,9
Telefónica	7,33	6,80	- 7,2	- 7,2	- 7,2
Telecom	6,28	5,85	- 6,9	- 6,9	- 6,9
Promedio Bursátil	–	–	**5,0**	**5,0**	**5,0**



Dólar
(Cotización en casas de cambio)

Jueves anterior	**0,9980**
LUNES	0,9980
MARTES	0,9980
MIERCOLES	0,9980
JUEVES	0,9980
VIERNES	0,9980

Inflación
(en porcentajes)

Enero 1993	0,8
Febrero	0,7
Marzo	0,8
Abril	1,0
Mayo	1,3
Junio	0,7
Julio	0,3
Agosto	0,0
Setiembre	0,8
Octubre	0,6
Noviembre	0,1
Diciembre	0,2
Enero 1994 *	0,2

Inflación acumulada 1993: 7,4 por ciento.
(*) Estimada



Tasas

	Lunes	Jueves
Plazo fijo a 30 días	0,7	0,7
Caja de ahorro	0,3	0,3
Call money	0,8	0,7

Nota: La tasa de interés es efectiva mensual Todos los valores son promedios de mercado y para los plazos fijos se toma la que reciben los pequeños y medianos ahorristas.

ME JUEGO

LUDOVICO VIDELA
Socio de la consultora
ASESORES ECONOMICOS

–¿Cuáles son los puntos más vulnerables de la Convertibilidad?

–El punto más débil en estos momentos es el frente fiscal. Está en marcha una profunda transformación con el Pacto Fiscal y la reducción de aportes patronales que significarán una merma de 300 millones de pesos mensuales para el Tesoro. Economía tiene la expectativa de recuperar esos ingresos con un incremento en la recaudación de Ganancias, con la moratoria de autónomos y la disminución de la evasión en el IVA. Hay que ver si este esquema funciona. Por otro lado, con el Pacto Fiscal las provincias deben reemplazar Ingresos Brutos por el Impuesto a las Ventas. Sumado ese gravamen al IVA se aplicará una presión impositiva al consumo, inédita en el mundo. No creo que tenga éxito esa estructura tributaria.

–¿Qué impacto tendrá esta reforma en las empresas?

–Las implicancias en términos microeconómicos son impredecibles. Los autónomos, por ejemplo los comerciantes, van a sufrir mucha presión y varios no tendrán viabilidad económica. Por lo tanto, ese sector será expulsor de mano de obra. De todos modos, hay que tener en cuenta que en los últimos años el comportamiento de la economía nos ha sorprendido en muchos aspectos.

–¿Cuáles son los puntos a favor del plan?

–La continuidad del tipo de cambio fijo durante 1994.

–Descarta entonces una alteración de la paridad cambiaria hasta 1995.

–Seguro. Se detuvo la caída del tipo de cambio real, ya que la inflación doméstica se ha igualado con la internacional y se ha registrado un incremento del 5 al 6 por ciento en la productividad de la economía. Además, con la disminución de las cargas sociales, que beneficia entre otros a los exportadores, se ha realizado una corrección muy importante.

–¿Qué estimaciones tiene para 1994 de las principales variables económicas?

–El Producto Bruto Interno crecerá 3,1 por ciento, mientras que el industrial lo hará en 2,2 por ciento. Las exportaciones sumarán 14.100 millones de dólares y las importaciones crecerán a 16.500 millones. El saldo de la balanza de pagos será negativo en 6400 millones de dólares y el Banco Central incrementará en 1200 millones sus reservas líquidas. La inflación mayorista se ubicará en el 3 por ciento anual, en tanto que la minorista en el 6. Por último, el índice de desempleo se clavará en el 10 por ciento de la población económicamente activa.

–1994 será un año eminentemente político. ¿Piensa que esto afectará la marcha de la economía?

–Va a ser un elemento perturbador. Creo que en el afán de conseguir la reelección, el Presidente realizará concesiones. Pero hay que reconocer que Menem es muy hábil para manejar esas situaciones. Por otro lado, el mercado está eufórico y en estos momentos no se fija en aspectos políticos que sí pueden entorpecer en el corto plazo el plan económico. Me llamó la atención que inversores del exterior consideraran que el pacto MenemAlfonsín fortalecerá el largo plazo y, al mismo tiempo, realtivizarán los problemas que pueden crearse con la figura del ministro coordinador.

–¿Cuál será la mejor inversión del año?

–No tengo dudas de que será la compra de acciones de empresas privatizadas que saldrán a cotizar en el mercado.



Bónex en dólares

Serie	Precio Jueves 30/12	Precio Viernes 7/1	Variación (en porcentaje) Semanal	Mensual	Anual
1984	98,40	99,10	0,7	0,7	0,7
1987	97,10	96,00	- 1,1	- 1,1	- 1,1
1989	92,40	92,40	0,0	0,0	0,0

Nota: Los precios son por las láminas al 100 por ciento de su valor sin descontar las amortizaciones y rentas devengadas.





Los indicadores oficiales y privados coinciden en ratificar la onda de confianza en la principal economía del mundo, contrastando con Japón, Alemania y Francia. Y el riesgo inflacionario se aleja por el ingreso de mercaderías provenientes de esos países con excedentes productivos.

EE.UU. SACA VENTAJA

De las cuatro economías que representan la mitad de la producción global –Estados Unidos, Japón, Alemania y Francia– sólo en una las cosas marchan sobre ruedas. Los indicadores de EE.UU. prenuncian un repunte superior a 3 por ciento en todo el año, mientras en los otros tres países la perspectiva es de un virtual estancamiento (lo que significa un retroceso per cápita) o un avance insignificante. La nación más poderosa del mundo, que por sí misma representa un cuarto de la riqueza de todo el planeta, avanzará así a un ritmo que, entre los grandes, sólo será superado por las llamadas economías dinámicas asiáticas y sacará aun mayor ventaja a sus inmediatos seguidores.

Después de una crisis *soft* de corta duración durante la guerra del Golfo, se registraron diez trimestres seguidos de expansión con una tasa media de 3 por ciento (posiblemente 4 en octubre-diciembre de 1993). Y en noviembre por cuarto mes consecutivo el índice de los principales indicadores económicos estadounideses volvió a mostrar un repunte de 0,5 por ciento.

El Departamento de Comercio informó que ocho de los once componentes del índice de confianza repuntaron. Los principales fueron la disminución de las solicitudes de auxilio al desempleo, el aumento de las encomiendas de nuevos edificios comerciales y de equipamientos para las empresas y la suba de los precios de las materias primas. A la vez se destacó el incremento en los permisos de construcción, pedidos más significativos de bienes de consumo y semanas de trabajo más extensas en promedio. Al mismo tiempo las ventas de casas ya existentes subieron 2,9 por ciento a una tasa actualizada record de 4,2 millones de inmuebles.

Por su parte, el Conference Board (entidad privada) reveló que su propio índice subió en diciembre a 80,2, es decir 20 puntos por encima del nivel de octubre. E informes de las compañías que operan con tarjetas de crédito demostraron la solidez del consumo. MasterCard informó que las ventas subieron 24 por ciento en el período previo a Navidad, mientras Visa registró un crecimiento de 32 por ciento.

La producción de vehículos respondió por cerca de la mitad de la expansión de noviembre. Con ese envión la industria está en vías de anunciar su mayor avance trimestral de los últimos 6 años y medio. Y nada indica que la tendencia se esté por enfriar.

Por el lado de los consumidores, un análisis de las rentas, el ahorro y los créditos sugiere que las personas tienen recursos para seguir gastando. Además, los stocks de las empresas están en el punto más bajo de los últimos diez años en relación con las ventas, lo que es considerado una buena señal de que la producción va a seguir creciendo en el primer semestre de 1994.

Por cierto, los villanos tradicionales –las flacas exportaciones y los cortes en las áreas de Defensa– continuarán ejerciendo sus efectos negativos. Pero hay más razones para sustentar el optimismo: la proporción del endeudamiento es baja tanto del lado de las personas como de las empresas, los bancos volvieron a conceder préstamos y la baja de tasas dispuesta por el FED, el banco central estadounidense, se está haciendo sentir positivamente en los sectores sensibles (vivienda, bienes de consumo durables e inversiones de las empresas). Esto se nota en el empleo: en 1993 se creó 1,6 millón de puestos laborales, el doble del año anterior.

El riesgo de que este recalentamiento vaya a impulsar los precios es, al parecer, bastante bajo. Si bien la tasa de utilización de la capacidad productiva se elevó a 83 por ciento en noviembre (y está próxima al 85 que los economistas señalan como umbral de las presiones inflacionarias), otros factores actúan como compensadores.

No sólo la baja de los precios del petróleo. Paradójicamente, una constante afluencia de productos importados más baratos, originados en el exceso de capacidad productiva en el exterior (particulamente de Japón y Europa) o bien provenientes de los países asiáticos, mantendrá bajo control los precios de los productos fabricados en Estados Unidos.

PERIPLO

CONTRATOS. Por primera vez estarán abiertos a la competencia internacional contratos de compras gubernamentales que involucran cientos de miles de millones de dólares, como consecuencia de la conclusión de negociaciones paralelas a la Ronda Uruguay del GATT. El acuerdo cubrirá contratos nacionales y estatales así como de compañías de utilidad pública, entre ellas las de abastecimiento de agua y de generación de electricidad y ampliará diez veces la cobertura de contratos abiertos a la licitación internacional. El pacto entrará en vigor en 1996 y se aplicará en los 12 países de la Unión Europea y otras once naciones incluyendo Estados Unidos, Japón, Canadá, Hong Kong, Corea y los miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio.

TELECOMUNICACIONES. El único sector excluido es el de las telecomunicaciones, que tendrán un acuerdo separado. Según el acuerdo, los oferentes extranjeros tendrán un tratamiento similar a los nacionales en la provisión. Eso implicará normas claras para los concursos; la no especificación de normas técnicas creadas para obstaculizar a los participantes extranjeros; informaciones claras respecto de la calificación de los licitantes; invitaciones adecuadas para participar en los llamados; provisión de documentos relativos a la licitación a los potenciales proveedores; e información completa posterior sobre los ganadores de un contrato y sus condiciones.

TOPES. Después de una larga disputa sobre los topes encima de los cuales las licitaciones deben ser abiertas a los proveedores internacionales, el acuerdo estableció un piso de 94 mil dólares para las compras gubernamentales de bienes y servicios; 145 mil para los organismos estaduales o subfederales; 290 mil para las compañías de utilidad pública; y 3,6 millones de dólares para los contratos de construcción.

ENFOQUE

(Por Enrique M. Martínez *) La discusión sobre prioridades productivas ha sido casi un deporte popular en nuestro país.

Más de una generación defendió la producción agropecuaria como fuente de toda riqueza argentina, descartando la industria como innecesaria y hasta perjudicial.

A su turno, los industrialistas defendieron sus posiciones considerando al trabajo de campo como tarea de segunda.

Luego, hubo una polémica no saldada, iniciada en los ochenta, sobre la mayor importancia de la industria básica –como el acero– respecto de industrias como las de golosinas.

Más tarde apareció la imitación del debate primermundista y se pasó a afirmar que en realidad la producción de bienes está en retroceso respecto de los servicios. Se dice que todas las sociedades se están "tercerizando".

Créase o no, todas estas polémicas quedaron inconclusas. Buena parte de los prejuicios se incorporaron a la sabiduría popular, pero no se redondeó nunca lo que podría llamarse una filosofía productiva nacional.

Hoy, asistimos a una nueva discusión. En rigor, ni siquiera eso. Se trata de una decisión oficial, apoyada en el consenso de buena parte de los grandes grupos para promover a ultranza la incorporación de maquinaria moderna –que debe ser importada casi en su totalidad– a los procesos productivos. Esta meta se pone por encima de cualquier otra, con lo cual pasa a ser secundaria la protección o la promoción de los fabricantes locales de maquinaria.

El argumento central es doble: se debe aumentar rápidamente la y por otra parte no se puede fabricar todo. Debemos especializarnos en algunas cosas.

Este es un tema de gran importancia. Debe ser discutido por todo interesado en la sociedad actual y en el perfil que pueda tener la sociedad futura.

Paso a justificar tanto énfasis.

Primero: el aumento de productividad.

Efectivamente, un proceso de tecnificación debería sustituir por máquinas a personal poco especializado. Es un objetivo irrenunciable aumentar de modo sistemático la producción por hombre ocupado.

Ahora bien: el proceso completo debería desplazar personal por máquinas que son fabricadas por otros obreros de mejor preparación y por tanto mejor pagos. Los obreros desplazados deberían ser reentrenados para acceder a trabajos más sofisticados. Para este reentrenamiento se debería contar con fondos aportados por la industria que ha elevado su productividad, con lo cual se cerraría un círculo virtuoso.

¿Qué pasa cuando un país no produce *ninguna* máquina? Desplaza obreros al tecnificar y no ocupa a nadie en la producción de bienes de capital. El problema de desocupación se hace más agudo y además la generación deexcedente se concentra en pocas manos –las empresas modernizadas– con lo cual es factible que:

• La productividad global –la de todos los obreros ocupados al comienzo del proceso y no sólo la de aquellos que quedan ocupados al final– no crezca o incluso disminuya.

• El conjunto de la economía no produzca los excedentes necesarios para subsidiar a los desempleados.

Segundo: No se puede fabricar todo.

Es cierto. Ningún país produce todo lo que consume. Por el contrario, la tendencia es hacia la especialización en líneas con capacidad de competir a escala mundial, complementadas con otras producciones propias de cada mercado interno y la importación del resto de los bienes.

Pera ningún país desarrollado es sólo agrícola o sólo industrial o sólo proveedor de servicios.

Más sutil todavía: *ningún país desarrollado tiene una industria en que todas las ramas usan maquinaria importada.*

Australia produce caña de azúcar, pero además diseñó y produce la primera cosechadora automotriz de caña. Nueva Zelanda no sólo es líder en lácteos, también en equipos para quesería. No hace falta acumular ejemplos. Seguramente sí hace falta entender por qué sucede eso.

Un proceso productivo cualquiera intenta transformar una materia prima en un bien útil para satisfacer una determinada necesidad. Quien se aplica a esa tarea puede adoptar dos criterios distintos. *Que son bien distintos:*

a) Identificar la necesidad social o económica a satisfacer; estudiar las transformaciones requeridas de la materia prima; diseñar los mecanismos para lograr tales cambios; construir los equipos.

b) Asumirse como operador del proceso productivo diseñado por otros.

Para recorrer el primer camino es necesario tener una actitud transformadora y creativa.

Para el segundo escenario la aptitud fundamental debe ser la capacidad de integrarse a la rutina definida por las máquinas.

En el segundo caso hay una *dependencia* material y concreta del sistema de pensamiento de aquel que diseñó y construyó las máquinas.

Es la diferencia entre una sociedad que domina y transforma la naturaleza, con otra que queda sometida a ella.

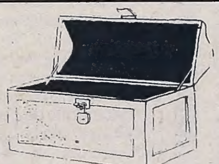
Los efectos diferenciales resultan casi demasiado evidentes para señalarlos. Un país que no construye máquinas o sistemas densos, como computadoras, educará *operadores*, pero no *diseñadores* y ni siquiera buenos *técnicos en reparación.*

Inexorablemente, las diferencias se traducirán en menores salarios y en menor calidad de vida. No es lo mismo ser un eficiente operador que un eficiente constructor. Para usar un ejemplo gráfico: no es lo mismo tener como ídolo deportivo a Carlos Menem Jr. conduciendo un auto importado que tenerlo al alguna vez famoso y hoy olvidado Oreste Berta, construyendo un Torino de competición. Son dos perspectivas de país distintas y serán dos realidades muy diferentes.

** Asesor de José O. Bordón.*

EL BAUL DE MANUEL

Por M. Fernández López



En la gayola

Cárcel viene de la raíz indoeuropea *keu*, la misma que originó *jaula, caverna, cueva, agujero*. Lugares húmedos, oscuros y mortíferos. Y aunque Carlyle llamara a la economía *ciencia lóbrega* ("dismal science"), su lobregura no es lo que la conecta con las cárceles, sino cierta concepción epistemológica enraizada en el liberalismo del siglo XVIII. La fisiocracia, expresión primera y rotunda del liberalismo, nacida en el seno de una monarquía cuyas cárceles eran lugares de degradación y aniquilamiento moral y físico de los reclusos, reclamó privar a las cárceles de tan horrendo papel. Correspondió fundar esa posición al codificador de la fisiocracia y su más didáctico expositor, Mercier de la Riviere. Según él, tres cimientos sustentaban la ciencia de la sociedad: libertad, propiedad y seguridad. A la seguridad atañía el asunto carcelario. Y lo que era uno entre otros postulados liberales de la fisiocracia, fue emblemático para la revolución de 1789 y señal de ingreso a la Edad Contemporánea para la humanidad: la toma de la Bastilla. Episodio que impresionó hondamente en España, adonde abrió la puerta al pensamiento liberal. Allí el pensamiento de Mercier de la Riviere ingresó a través de las cartas de Valentín de Foronda, publicadas en 1788-94. En una propuso: "No está cifrado el arte de gobernar en el arreglo de las materias económico-políticas; la seguridad y felicidad de los ciudadanos no se interesan menos en tener un buen código de leyes criminales". Sobre las cárceles –decía– "no tienen otro objeto que el resguardo de los que están indiciados de algún crimen; así se les debe encerrar en un lugar sano, bien ayreado". Foronda halló lectores en el Río de la Plata: Belgrano, Saavedra, Moreno, Vieytes. Este último en 1803 publicó una "Carta desde la cárcel de esta ciudad", donde glosando a Foronda sostenía "que la cárcel no es un lugar destinado para purgar los atentados cometidos contra la sociedad, que esta se ha establecido únicamente para guardar con seguridad los delincuentes hasta el esclarecimiento de sus causas".

Ocho años después, el 23/11/1811, el Triunvirato dio un decreto de seguridad individual, cuyo art. 6º señalaba: "Siendo las cárceles para seguridad y no para castigo de los reos...", repetido tal cual por el Estatuto Provisional dado en el Congreso de Tucumán; y por el tucumano Alberdi en 1853: "Las cárceles de la Naeión serán sanas y limpias, para seguridad y no para castigo de los reos..." (art. 18, Constitución nacional). Culminaba así, consagrada como precepto constitucional, una larga y sostenida tradición política y liberal, sin paralelo en otras constituciones y que recién se haría mandamiento universal con la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas. Los recientes motines carcelarios en la Argentina y Venezuela –los países donde más aumentó la pobreza en la última década– revelaron el hacinamiento en penales construidos para otros tiempos. Y que hay un liberalismo de papel y otro real. El de papel reclama seguridad y no tormento, cárceles sanas y limpias. El real muestra un sistema carcelario que refleja al sistema de justicia, y ésta al modelo económico. Un modelo económico que incrementa la riqueza de los ricos a expensas de los pobres, engendra una justicia que encarcela pobres y excarcela ricos, y un sistema carcelario con celdas VIP poco pobladas y calabozos lóbregos atestados de desposeídos que roban una gallina para mitigar su hambre.

La tablita salvadora

¿Qué entes constituyen la ciencia económica? Según el economista y político griego Andreas Papandreu, hay dos clases: las teorías y los modelos. Un *modelo* está formado por un conjunto de proposiciones primitivas llamadas "supuestos", reglas para deducir a partir de los supuestos otras proposiciones, y proposiciones últimas cuya validez puede ser averiguada confrontándolas con la realidad (llamadas *proposiciones observables*). Una *teoría* es, precisamente, un modelo *más* reglas que lo ponen en contacto con determinada realidad. Los modelos son construcciones lógicas, y todo lo que se dice en ellos está contenido en los supuestos. En otros términos, las proposiciones derivadas se ligan con los supuestos a través de una *relación de implicación* (que simbolizaremos con una flecha: –>). Por ejemplo, S => R se lee: el supuesto S implica el resultado (lógico) R.

¿Cuándo un modelo debe ser desechado y preferirse otro? Como sus enunciados responden al esquema "S => R", sus vicios pueden provenir De S –lo que llamaremos "ineficacia descriptiva de los supuestos"– o de R -que llamaremos "ineficacia predictiva de los dos resultados"–. Tradicionalmente los modelos fueron rechazados por ser sus supuestos apartados de la realidad. Tal fue la posición asumida por Sraffa y Keynes. Sraffa en 1926 advirtió que los mercados se habían alejado de las condiciones competitivas, sin llegar a constituirse en monopolios absolutos, pero que esta última hipótesis era la más próxima a la realidad. Keynes condenó al modelo de Marshall y Pigou por no coincidir sus supuestos con las condiciones de la realidad. John Hicks, alarmado, previno que el abandono del supuesto de competencia perfecta podría ser deletéreo para la ciencia económica generalmente aceptada. En 1952 Milton Friedman –Premio Nobel de Economía– aquietó las aguas de la castigada economía neoclásica al sostener que no importa la eficacia descriptiva de los supuestos, sino la eficacia predictiva de los resultados. No importa que supongamos que los peces ladran, o que Telecom y Telefónica compiten entre sí, mientras los resultados del modelo predigan bien los hechos de la realidad. Tanto S como R pueden ser *verdaderos* (V) o *falsos* (F), lo que da 4 combinaciones, y para cada una el valor de Verdad o Falsedad de la expresión "S => R" es la tabla siguiente:

S	R	S => R
V	V	V
V	F	F
*F	V	V
F	F	V

Según la tercera línea de la tablita (señalada con *), un modelo cuyos supuestos son falsos, pero sus conclusiones predicen los acontecimientos de la realidad, es aceptable. Por ejemplo, el supuesto de competencia perfecta, en el que se basa una serie de proposiciones, como la igualdad entre el salario y la productividad marginal del trabajo, o la igualdadentre el precio de mercado y los costos de producción. O el supuesto de igualdad en la distribución de ingresos, en el que se basan la mayoría de proposiciones acerca del bienestar.

Lo expuesto disuelve la "esquizofrenia" entre las denuncias de prácticas oligopólicas por parte de las autoridades económicas y la aplicación de modelos que implican circunstancias que no se dan en la realidad. Pero también, la frágil estructura de la mayoría de los modelos que sustentan las políticas económicas.

BANCO DE DATOS

CIADEA

Tarde o temprano en la City se conoce todo, inclusive las operaciones que se quieren mantener en absoluta reserva. El mes pasado la plaza de Ciadea (ex Renault) acaparó la atención del mercado al concretarse tres transferencias de acciones *en bloque* por casi 6,5 por ciento del capital. En el mercado se especulaba que el vendedor había sido la Renault francesa, que de ese modo se alejaba definitivamente de la Argentina. Pero finalmente se supo que el vendedor fue la Compagnie Financiere pour L'Amerique Latine (COFAL), con residencia en Luxemburgo, que tiene como principales accionistas a Manuel Antelo y a Rabello. Precisamente, la sociedad de bolsa Rabello y Cía. actuó de intermediario de esa megaoperación. COFAL fue la compañía que asumió hace menos de dos años el control de Renault, que luego pasó a denominarse Ciadea, en una operación que catapultó al mercado automotor a Antelo. Este recaudó en total 53,4 millones de pesos con las tres ventas *en bloque*. La primera transacción tuvo como protagonista al financista de origen húngaro y gurú de Wall Street, George Soros, y en las dos posteriores al banco de inversión británico Baring Securities. Este compró dos *bloques* de medio millón de acciones cada uno, a 38,60 y 44,50 pesos, respectivamente, constituyendo así las operaciones más importantes de la historia de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires. Esos papeles fueron distribuidos por Baring en apenas un día entre sus clientes de todo el mundo. Después de esas ventas, Antelo y sus socios retienen el 65,3 por ciento de Ciadea.

ASTRA

La petrolera redujo su participación accionaria del 25 al 10,17 por ciento del capital de Edenor, manteniendo sin embargo el mismo peso a la hora de votar en las asambleas. Astra, del mismo modo que sus socios Electricité de France y Empresa Nacional de Electricidad, pudo mantener su presencia política en la compañía debido a la estretegia que encaró en el proceso de reestructuración del capital y la deuda de EASA, sociedad controlante de Edenor. Dicho plan consistió, por un lado, en la reestructuración de pasivos y, por otro, en una emisión de acciones preferidas. Al respecto, la colocación de estos papeles (50 millones de preferidas) significaron un ingreso de 175 millones de dólares. Como esas acciones no tienen derecho a voto, los accionistas controlantes de Edenor no perdieron peso en la compañía. Las acciones se distribuyeron en forma privada en el exterior, siendo los principales compradores fondos de inversión de largo plazo, como Hellman & Friedman, Aetna Insurance y Scudder.

PAGINAS DORADAS

La compañía controlada por Telefónica de Argentina invirtió 2 millones de dólares en la adquisición de un nuevo sistema computarizado de administración y producción de guías telefónicas. La primera aplicación de esa tecnología será en la próxima edición de la guía de Mar del Plata.